

## ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

На сьогодні досить актуальним питанням є здатність будь-якого підприємства бути конкурентоспроможним на ринку, бо для активного розвитку підприємства необхідно забезпечити ефективність виробництва, обґрунтований обсяг випуску сучасної продукції, покращення якості, наявність фінансових активів, можливість випуску товару-новинки.

Термін «конкурентоспроможність» складається з низки економічних характеристик, які дозволяють визначити частку підприємства на ринку (національному або світовому). Для характеристики конкурентів виділяють такі фактори: імідж та досвід праці фірми; наявність висококваліфікованих кадрів; частка ринку, яка обслуговується фірмою; наявність фінансових коштів; реклама. Зауважимо також, що важливими умовами здобуття певної «ніші» в міжнародній торгівлі є відповідність вітчизняної продукції загальноприйнятим якісним стандартам, що сприятимуть її конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках торгівлі.

Суттєвий внесок у розвиток теорії конкуренції, дослідження проблеми аналізу і оцінки конкурентоспроможності та вивченню питань конкурентоспроможності здійснили такі відомі вчені як: Д. Рікардо, М. Портер, К.Р. Маконнел, С.Л. Брю, Ф. Котлер, Б. Олін, Фрідріх А. фон Хайек, Є. Хекпіер, Г. Азаров, А. Градов, Р. Фатхутдінов, Д. Юданов З. Борисенко, І. Должанський. Т. Загорна, С. Кваша, Н. Краснокутська, О. Лука, І. Смолін, В. Сокольський та ін.

Конкурентоспроможність продукції визначають як сукупність властивостей, що показують міру задоволення конкурентної потреби стосовно аналогічної продукції, яка репрезентована на ринку. Тобто конкурентоспроможність у найширшому розумінні визначає можливість продажу товару на конкретному ринку в конкретний проміжок часу. Конкурентоспроможною можна вважати однорідну продукцію з технічними параметрами і техніко-економічними показниками.

Серед основних напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств в сучасних ринкових умовах господарювання, на нашу думку, варто виокремити наступні:

- переорієнтація на інноваційний шлях розвитку;

- створення належних умов для збереження та використання вітчизняного науково-технічного потенціалу;

- забезпечення структурних зрушень по регіонах на основі запровадження індивідуальних інвестиційно-інноваційних моделей;

- сприяння залученню додаткових інвестицій;

- подальший розвиток підприємництва, насамперед малого та середнього бізнесу, посилення його конкурентоспроможності на основі застосування кластерних моделей;

- активізація взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності;

- впровадження інформаційної інфраструктури для формування і реалізації промислової політики, системи стандартизації та якісних показників продукції, що забезпечить її конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринку;

- використання в господарюванні новітньої технології виробництва та удосконалення застосовуваних стандартів і технічних умов, використання досягнень науки і техніки в процесі проектування виробів;

- підвищення кваліфікації управлінців у частині використання вітчизняного та зарубіжного досвіду в галузі підвищення конкурентоспроможності продукції.

Таким чином, підсумовуючи, можна зазначити, що сучасні ринкові умови господарювання вимагають постійного підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств, а це дозволяє здобути нові конкурентні переваги та фінансову стійкість підприємств.